

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA

M. Alfat Nur Rizqi, Puji Lestari, Ida Wiendijarti

Email: alfat.rizqi@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi UPN ‘Veteran’ Yogyakarta

ABSTRAK

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen merupakan salah satu kantor cabang dari PT. PLN (Persero) Area Cilacap yang mempunyai harapan besar untuk selalu mendapatkan citra perusahaan yang positif di benak pelanggan. Strategi yang diterapkan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen untuk mendapat citra positif di mata publik adalah dengan menerapkan pelayanan yang berkualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori S-R (*Stimulus-Response*). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan tipe penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. PLN (Persero) di Kecamatan Prembun, Kabupaten Kebumen. Teknik sampling menggunakan *random sampling* (acak) yang berjumlah 99 responden. Teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment* dan regresi linear sederhana. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Hasil analisis menggunakan korelasi *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,739 dan signifikansi 0,000. Berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Hasil analisis menggunakan regresi linear sederhana didapatkan nilai sebesar 54,7%, yang artinya bahwa citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen dapat dijelaskan melalui kualitas pelayanan yang diterapkan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen, dan sisanya 45,3% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari yang diteliti. Faktor lain tersebut misalnya identitas fisik perusahaan, identitas non fisik perusahaan, manajemen perusahaan, aktifitas dan pola hubungan perusahaan. Dari keseluruhan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa teori *stimulus-response* teruji dan relevan pada populasi di penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

ABSTRACT

Service quality focused on fulfilling customer's need and delivering communication for complying customer's expectations. PT. PLN (Persero) Area of Kebumen is one of branch office of PT. PLN (Persero) Area of Cilacap which has high expectations to get good corporate image within the customer's mind. PT. PLN's (Persero) Area of Kebumen strategy to get good corporate image is by applying excellent service. This research aims to know the positive and significant impact between the service quality and the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen. The S-R (Stimulus-Response) theory, collaborated with quantitative approach and survey technique as research method, is used within this research. The research's population are PT. PLN's (Persero) customers in Prembun District, Kebumen Regency. Sampling technique uses random sampling with ninety-nine respondents and data analysis uses product moment correlation and simple linear regression. The research hypothesis is there is a positive and significant influence between the service quality and the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen. The analysis using product moment correlation generates correlation coefficient value (r) as 0.739 and signification as 0.000 which means there is vigorous correlation between the service quality variable toward the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen. The analysis using simple linear regresion generates value 54.7% which means that the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen could be explained by the service quality which applied by PT. PLN (Persero) Area of Kebumen, and the remaining value 45.3% explained by other factors outside the main variable within this research. The other factors may the company's physical identity, the company's non-physical identity, corporate management, and the company's activities and it's relationship pattern. Therefore, this research concludes that the S-R theory is tested and relevant to this research's population.

Keywords: Service quality, corporate image

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan didirikan pada dasarnya guna mencapai apa yang menjadi tujuan dari perusahaan tersebut. Selain untuk mendapatkan *profit* dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, ada satu faktor yang dapat membantu tercapainya tujuan perusahaan, yaitu citra perusahaan. Citra sebagai kesan yang akan disimpan dalam ingatan konsumen dan kemudian menjadi pengalaman masa lalu bagi pelanggan. Untuk itu, apabila pengalaman yang dicipta baik maka akan membentuk citra yang baik begitu pula sebaliknya.

Sebagai perusahaan pemerintah yang bergerak di bidang pendistribusian atau penjualan energi listrik PT. PLN (Persero) dalam meraih keuntungan tidak lagi mengandalkan pada volume penjualan saja, tetapi harus berorientasi pada kepuasan jangka panjang (*longterm satisfaction*). Faktanya, PLN merupakan salah satu sektor pelayanan publik yang sekarang ini mendapatkan banyak sorotan dan keluhan dari masyarakat. Sebagai salah satu bukti, di salah satu portal berita *online* muncul pemberitaan tentang keluhan pelanggan PLN yang ditujukan untuk salah satu jaringan PT. PLN (Persero) Area Cilacap, yaitu PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.

Pemberitaan tersebut termuat di salah satu portal berita *online* yang beralamatkan (<http://kebumennews.com/2016/01/29/listrik-sering-mati-di-kebumen-beginikah-pelayanan-pln/>) dengan

judul pemberitaan “Listrik Sering Mati di Kebumen Beginikah Pelayanan PLN”. Dalam pemberitaan tersebut salah seorang warga menuntut PLN Rayon Kebumen memberikan pelayanan yang adil dan merata di seluruh wilayah Kabupaten Kebumen. Berdasarkan pemberitaan yang termuat, disebutkan bahwa daerah yang jarang mengalami pemadaman listrik hanyalah daerah Kecamatan Kebumen. Sedangkan, di luar daerah Kecamatan Kebumen sering terjadi pemadaman listrik seperti; Kecamatan Prembun, Kecamatan Karangsambung, Kecamatan Pejagoan, dll. Hal ini tentu menjadi salah satu faktor pelanggan menuntut adanya pelayanan yang adil dan merata oleh PLN Rayon Kebumen.

Dengan beredarnya pemberitaan tersebut, tentu membahayakan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen, karena *netizen* setiap saat dapat mengakses berita tersebut melalui jaringan internet. Apalagi pemberitaan tersebut bersifat negatif dikarenakan kualitas pelayanan yang belum memuaskan konsumen. Namun, menurut keterangan Manager PT PLN (Persero) Rayon Kebumen, perusahaan yang dipimpinnya itu senantiasa mempunyai strategi untuk selalu membenahi kekurangan dalam hal pelayanan terhadap konsumen.

Menurut hasil observasi, peneliti memperoleh data awal bahwa kualitas pelayanan PLN Rayon Kebumen sering mendapat sorotan. Ketika pelanggan atau masyarakat

melakukan komplain mengenai pelayanan, masyarakat mempunyai harapan agar pihak pemberi layanan dalam hal ini yaitu PLN Rayon Kebumen dapat memberikan pelayanan yang adil dan merata. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen di Kecamatan Prembun, Kabupaten Kebumen).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Manfaat teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu menguji teori S-R (*Stimulus-Response*), serta penelitian ini diharapkan juga dapat mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi. Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai informasi yang dapat dijadikan masukan-masukan dalam mengambil keputusan atau kebijakan tertentu yang berhubungan dengan kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat dijadikan panduan bagi pembaca yang berkepentingan dalam menghadapi masalah atau fenomena yang serupa di masa mendatang.

Peneliti menggunakan teori S-R (*Stimulus-Response*) untuk melihat pengaruh antara permasalahan kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Teori dan konsep berdasarkan

permasalahan, dijelaskan pada penjelasan dibawah ini.

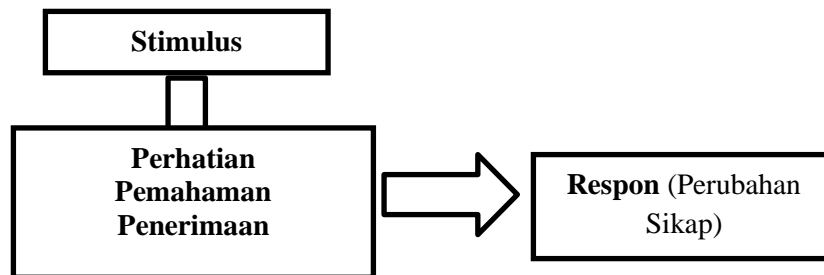
Teori S-R (*Stimulus-Response*)

Teori S-R merupakan singkatan dari *Stimulus-Response*. Teori ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Oleh karena itu teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya (Mulyana, 2012:144). Menurut McQuail dalam Bungin (2006:281) unsur-unsur dalam model ini adalah: Pesan (*Stimulus*, S) Seorang penerima atau *receiver* (*Organism*, O) dan Efek (*Respons*, R)

Seiring dengan perkembangan zaman, teori ini kemudian dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelley menjadi model S-O-R. Model S-O-R dari Hovland dan kawan-kawan merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi (Effendy, 2003: 254).

Asumsi dasar yang melandasi studi Hovland dan kawan-kawannya adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu

diperhatikan, difahami, dan diterima. Langkah ini disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 1: Langkah-langkah Perubahan Sikap Menurut Model Hovland, Janis, & Kelley – 1953 (dalam Azwar, 2016: 63)

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan. Komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Stimulus yang dikirimkan dapat diterima atau ditolak. Jika stimulus yang dikirimkan ditolak, berarti stimulus yang dikirimkan kurang efektif dalam memengaruhi komunikan, dalam hal ini stimulus dianggap efektif jika ada reaksi.

Langkah selanjutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari komunikan, kemampuan dari komunikan inilah yang dapat melanjutkan proses berikutnya. Pada langkah berikutnya adalah komunikan dapat menerima secara baik apa yang

telah diolah sehingga dapat terjadi kemauan dalam mengubah sikap individu. Dalam perubahan sikap ini dapat dilihat bahwa sikap dapat berubah hanya jika rangsangan yang diberikan melebihi rangsangan semula. Perubahan berarti bahwa stimulus yang diberikan dapat meyakinkan komunikan, dan akhirnya secara efektif dapat merubah sikap. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.

Komponen kognitif berisi persepsi, kepercayaan, dan stereotip yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Adapun komponen afektif merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi, aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek

yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin akan mengubah sikap seseorang. Komponen perilaku berisi tendensi atau kecendrungan untuk bertindak atau bereaksi dengan cara-cara tertentu (Sobur, 2003:358-362)

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik. (Sugiyono, 2011:64). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ada Pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.

H₀: Tidak ada Pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Tipe penelitian pada penelitian ini menggunakan metode survei Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Metode deskriptif diartikan

melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu.

Definisi Konseptual

Variabel Bebas (X) dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan PT PLN (Persero) Rayon Kebumen. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001:148) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Variabel Terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Menurut Bill Canton dalam (Soemirat & Ardianto, 2005:111) citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Definisi Operasional

Konsep kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan konsep *service quality* menurut Parasuraman (1988) dalam Lupiyoadi (2001:148) terdapat 5 indikator untuk mengukur kualitas pelayanan:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)
Tangible meliputi penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan.
2. Keandalan (*Reliability*)
Reliability merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya Tangkap (*Responsive*)
Responsive yaitu kemampuan perusahaan dalam membantu

pelanggan secara cepat dan tepat dan menyampaikan informasi.

4. Jaminan (*Assurance*)

Assurance yaitu pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

5. Empati (*Empathy*)

Empathy yaitu perusahaan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kasali (2005:28)

mengemukakan bahwa pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna. Menurut Shirley Harrison dalam Rajagukguk & Kasmiruddin (2015:5), informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality* (Kepribadian)

Keseluruhan karakteristik yang dipahami publik sasaran seperti

perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial

2. *Reputation* (Reputasi)

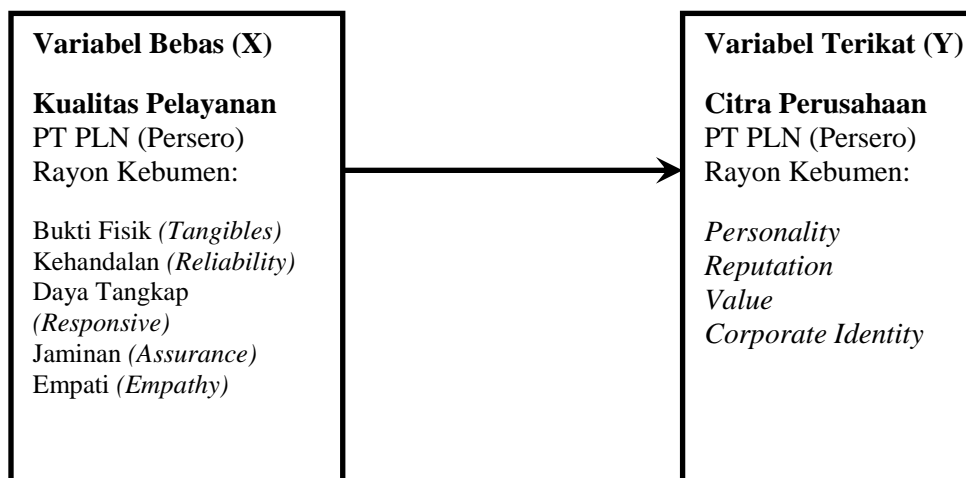
Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi.

3. *Value* (Nilai)

Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4. *Corporate Identity* (Identitas perusahaan)

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan



Gambar 2. Hubungan variabel independen-dependen

Populasi & Sampel

Populasi dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai responden adalah pelanggan jasa PLN Rayon Kebumen di Kecamatan Prembun, Kabupaten Kebumen. Berdasarkan data yang diperoleh dari data internal PLN Rayon Kebumen, total pelanggan di kecamatan Prembun adalah 8.441 per Januari 2017. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rumus sampel slovin, peneliti melakukan penelitian kepada 99 responden untuk mewakili populasi yang ada di Kecamatan Prembun dan dipilih secara *random* (acak).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis deskriptif indikator variabel kualitas pelayanan:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Dari hasil yang diperoleh bukti fisik PT. PLN Rayon Kebumen masuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 51 responden dengan presentase 51,5%, kategori sangat tinggi sebanyak 39 responden (39,4%), kategori sedang sebanyak 8 responden (8,1%), dan kategori rendah hanya satu responden (1,0%).

2. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan yang dimiliki PLN Rayon Kebumen dalam melayani pelanggan masuk dalam kategori tinggi karena sebagian besar responden menyatakan pernyataan yang berskor tinggi dengan total presentase 46,5%. Sedangkan kehandalan dalam kategori sangat tinggi sebesar 34%, kategori sedang 18% dan sangat rendah hanya 1,0%.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Diperoleh hasil bahwa sebagian besar daya tanggap yang dimiliki PLN Rayon Kebumen dalam melayani

pelanggan masuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 45 responden (45,5%) dan sangat tinggi sebanyak 38 responden (38,4%). Sedangkan yang masuk dalam kategori sedang sebanyak 14 responden (14,1%), kategori rendah dan sangat rendah masing-masing sebanyak 1 responden (1,0%). Hasil analisis ini berarti bahwa daya tanggap PLN Rayon Kebumen saat melayani pelanggan masuk dalam kategori tinggi

4. *Assurance* (Jaminan)

Diperoleh hasil bahwa sebagian besar jaminan atas pelayanan PLN Rayon Kebumen dalam melayani pelanggan masuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 53 responden (53,5%), kategori sangat tinggi sebanyak 33 responden (33,3%), kategori sedang sebanyak 12 responden (12,1%), dan kategori rendah hanya 1 responden (1,0%). Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan PLN Rayon Kebumen melalui jaminan atas pelayanan yang diberikan perusahaan masuk dalam kategori tinggi.

5. *Empathy* (Empati)

Diperoleh hasil bahwa sebagian besar empati pelayanan PLN Rayon Kebumen dalam melayani pelanggan masuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 46 responden (46,5%), kategori sangat tinggi sebanyak 34 responden (34,3%), dan kategori sedang sebanyak 19 responden (19,2%).

Analisis deskriptif indikator variabel citra perusahaan:

1. *Personality* (Kepribadian)

Diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa kepribadian perusahaan PLN Rayon

Kebumen masuk dalam kategori tinggi sebanyak 51 responden (51,5%). 45 responden menyatakan masuk dalam kategori sangat tinggi atau 45,5%. kategori sedang hanya sebanyak 3 responden (3,0%).

2. *Reputation* (Reputasi)

Diperoleh hasil reputasi PLN Rayon Kebumen masuk dalam kategori tinggi, karena sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 55 responden (55,6%). Ditambah lagi 35 responden masuk dalam kategori sangat tinggi (35,4%). Namun, beberapa responden masuk dalam kategori sedang sebanyak 9 responden (9,1%).

3. *Value* (Nilai)

Nilai yang diterapkan PLN Rayon Kebumen masuk dalam kategori sangat tinggi, karena sebagian besar responden menyatakan sangat setuju

yaitu sebanyak 46 responden dengan presentase 46,5%. Sedangkan yang masuk dalam kategori tinggi yaitu 41 responden (41,4%), yang masuk dalam kategori sedang sebanyak 10 responden (10,1%), dan yang masuk dalam kategori rendah hanya 2 responden (2,0%).

4. *Corporate Identity* (Identitas Perusahaan)

Responden yang menilai dan memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai *corporate identity* dari PLN yaitu sebagian besar masuk dalam kategori sangat tinggi sebanyak 66 responden (66,7%), yang masuk dalam kategori tinggi sebanyak 28 responden (28,3%), dan yang masuk dalam kategori sedang hanya 5 responden (5,1%).

Hasil Uji Hipotesis dengan Korelasi *Product Moment*

Hasil analisis Korelasi *Product Moment*
Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**.			
	N	99	99
	Sig. (2-tailed)	,000	
Citra_PLN	Pearson Correlation	,739**	1
	N	99	99
	Sig. (2-tailed)		,000
Kualitas_Pelayanan_	Pearson Correlation	Pelayanan_Kualitas_-1	Citra_PLN-,739**

Correlations

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2017

Hasil analisis korelasi *product moment* bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,739 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien korelasi (r) ini merupakan sejauh mana tingkat keeratan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi yang didapatkan bernilai positif, dengan demikian

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil perhitungan uji regresi linear sederhana didapatkan nilai R^2 sebesar 0,547 atau 54,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 54,7% citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen dapat diperoleh melalui kualitas pelayanannya, dan sisanya sebesar 45,3% ($100\% - 54,7\%$) dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari yang diteliti. Faktor lain tersebut seperti misalnya identitas fisik perusahaan, identitas non fisik perusahaan, manajemen perusahaan, aktifitas dan pola hubungan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah faktor diluar penelitian yang diteliti.

Sedangkan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,459 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, nilai konstanta sebesar 32,534, sehingga persamaan regresi model penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 32,534 + 0,459X$$

hipotesis yang diajukan diterima yaitu adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Hubungan tersebut menunjukkan hubungan yang searah dimana jika kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen, begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka akan menurunkan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.

Persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa sebelum dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X) maka variabel citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen (Y) memiliki nilai citra sebesar 32,534. Setelah dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 1% maka variabel citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen (Y) akan meningkatkan nilai citra sebesar 0,459.

Dasar atau acuan yang berupa teori & konsep yang digunakan dalam penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat penting dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Penggalan dari wacana penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya memperjelas tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Umumnya kajian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti dari kalangan akademis dan telah mempublikasikannya pada beberapa jurnal cetakan dan jurnal *online* (internet). Penelitian mengenai

kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebelumnya sudah pernah diteliti oleh Fanny Febriani & Seno Andri (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)”

Hasil yang diperoleh dari penelitian Fanny Febriani & Seno Andri (2015) adalah berdasarkan hasil perhitungan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi lima komponen, antara lain keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), serta bukti fisik (*tangibles*) yang masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru. Adapun persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu oleh Fanny Febriani & Seno Andri, antara lain:

Persamaan: (1) Penelitian ini sama-sama meneliti kualitas pelayanan sebagai variabel independen (terikat) dan citra perusahaan sebagai variabel dependen (bebas). (2) Penelitian ini menggunakan lima dimensi yang sama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. (3) Teknik analisis yang digunakan sama, yaitu menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

Perbedaan: (1) Objek penelitian terdahulu dilakukan untuk seluruh pasien di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru yang beralamat di Jalan Melati No. 60 Pekanbaru, sedangkan

penelitian ini dilakukan kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen khususnya di daerah Kecamatan Prembun. (2) Teknik sampling penelitian terdahulu menggunakan teknik *accidental sampling* untuk mewakili populasi, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* (acak) untuk dapat mewakili populasi.

Adapun penelitian mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan lainnya pernah diteliti oleh Aloysius Reza Arindita (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Di Olimart Pt. Wina Wira Usaha”

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan Aloysius Reza Arindita (2013) adalah besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan Olimart PT. Wina Wira Usaha adalah sebesar 36,4% dan sisanya sebesar 63,6% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor selain kualitas pelayanan yang tidak diteliti oleh peneliti. Adapun persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu oleh Aloysius Reza Arindita, sebagai berikut:

Persamaan: (1) Penelitian ini sama-sama meneliti kualitas pelayanan sebagai variabel independen (terikat) dan citra perusahaan sebagai variabel dependen (bebas). (2) Penelitian ini menggunakan lima dimensi yang sama untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. (3) Penelitian ini mempunyai tujuan yang sama

untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan terhadap citra perusahaan. (4) Penelitian ini sama-sama menggunakan teori S-R (*Stimulus-Response*) untuk dapat melihat dari sudut pandang ranah ilmu komunikasi guna menunjukkan peristiwa komunikasi yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan citra perusahaan.

Perbedaan: (1) Dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel intervening/antara, sedangkan penelitian terdahulu untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan menggunakan variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. (2) Objek penelitian ini dilakukan kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen khususnya pelanggan yang ada di daerah Kecamatan Prembun, sedangkan penelitian terdahulu dilakukan kepada pelanggan yang dijadikan sampel di Olimart PT. Wina Wira Usaha.

Dari tinjauan penelitian sejenis tersebut mengindikasikan bahwa penelitian ini bukan duplikasi dan bersifat orisinal. Temuan penelitian ini mendeskripsikan bahwa PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen telah menerapkan keenam prinsip kualitas pelayanan yaitu: kepemimpinan, pendidikan, perencanaan strategi, *review*, komunikasi, dan *total human reward*. Dalam pelaksanaannya prinsip yang paling menonjol yang diterapkan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen yaitu prinsip kepemimpinan. PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen dalam mengatur strategi pelayanannya

merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Selain prinsip kepemimpinan, prinsip yang lain yang paling menonjol yaitu prinsip pendidikan. Seluruh pegawai PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen dari manager puncak hingga karyawan operasional telah mendapatkan pendidikan mengenai bagaimana melayani pelanggan secara berkualitas.

Berdasarkan analisis deskriptif kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen yang diberikan kepada pelanggannya khususnya pelanggan yang berada di kecamatan Prembun, diperoleh hasil sebagian besar responden menyatakan kualitas pelayanan PLN Rayon Kebumen secara keseluruhan masuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 52,5%, yang masuk dalam kategori sangat tinggi sebesar 39,4%. Berdasarkan hasil kategorisasi kualitas pelayanan PLN Rayon Kebumen berarti bahwa kualitas pelayanan PLN Rayon Kebumen yang diterapkan sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan mendapat penilaian positif oleh pelanggan.

Dalam variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil analisis deskriptif pada masing-masing indikator dengan nilai skor tertinggi atau paling baik ada pada indikator *assurance* (jaminan) dengan total skor 53,5% menyatakan jaminan dalam kategori tinggi. Jika dipandang dalam sudut pandang ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi, *assurance* merupakan kemampuan perusahaan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada pelanggan.

Sedangkan hasil analisis deskriptif pada citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen secara keseluruhan diperoleh hasil sebagian besar responden menyatakan bahwa citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen masuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 53,5%, sedangkan dalam kategori sangat tinggi sebesar 42,4%. Hasil tersebut berarti citra yang telah terbentuk di benak pelanggan khususnya pelanggan di kecamatan Prembun tentang PLN Rayon Kebumen sudah baik.

Pada variabel citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen di dapatkan satu indikator dengan skor paling tinggi yaitu ada pada indikator *corporate identity* (identitas perusahaan) dengan total skor 66,7%. menyatakan *corporate identity* masuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini membuktikan bahwa konsep identitas perusahaan merupakan komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan.

Hubungan yang kuat dan pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen membuktikan bahwa apa yang dijelaskan dalam teori S-R (*Stimulus-Response*) teruji pada populasi penelitian ini. Stimulus dalam penelitian ini yang dimaksud adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen kepada pelanggan yang ada di kecamatan Prembun. Dalam proses pada penelitian ini respon sikap yang muncul yaitu berupa citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen

yang dibentuk dari stimulus yang diterima pelanggan yaitu kualitas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis deskriptif kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen yang diberikan kepada pelanggannya khususnya pelanggan yang berada di kecamatan Prembun, diperoleh hasil sebagian besar responden menyatakan kualitas pelayanan PLN Rayon Kebumen masuk dalam kategori tinggi. Dari aspek ilmu sosial sebuah pelayanan dapat dikatakan berkualitas jika pelayanan yang diberikan memenuhi apa yang menjadi harapan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan di kecamatan Prembun merasa harapannya sudah sesuai dengan realita pelayanan PLN Rayon Kebumen, sehingga pelayanan PLN Rayon Kebumen sudah berkualitas.
2. Hasil analisis deskriptif pada citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen diperoleh hasil sebagian besar responden menyatakan bahwa citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan sudut pandang ilmu komunikasi, citra terbentuk karena adanya pengalaman dan kemudian responden mempersepsikan pengalaman yang ia peroleh. Dengan sebagian besar responden

menilai bahwa citra PLN Rayon Kebumen adalah tinggi, berarti membuktikan PLN Rayon Kebumen memiliki citra yang positif dan kuat di benak pelanggan di kecamatan Prembun.

3. Hasil analisis menggunakan korelasi *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,739 dan signifikansi 0,000. Berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan dengan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Hubungan tersebut menunjukkan hubungan yang searah dimana jika kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen, begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka akan menurunkan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.
4. Hasil analisis menggunakan regresi linear sederhana didapatkan nilai sebesar 54,7%, sedangkan sisanya 45,3% (100%-54,7%) dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti. Faktor lain tersebut seperti misalnya identitas fisik perusahaan, identitas non fisik perusahaan, manajemen perusahaan, aktifitas dan pola hubungan perusahaan. Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen.
5. Hubungan yang kuat dan pengaruh yang positif & signifikan antara

kualitas pelayanan dengan citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen membuktikan apa yang dijelaskan dalam teori S-R (*Stimulus-Response*) teruji pada populasi penelitian ini, dengan demikian teori S-R (*Stimulus-Response*) masih relevan untuk menjelaskan mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada citra perusahaan yang baik pula.

Saran

1. Bagi perusahaan atau PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen dengan telah mengetahui hasil yang ada dalam penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau pedoman bagi PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen untuk selalu mempertahankan kualitas pelayanannya terhadap pelanggan. Sehingga dapat terus menjaga dan mempertahankan citra yang sudah dinilai baik oleh sebagian besar pelanggannya di kecamatan Prembun.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi untuk dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya dengan mengembangkan teori komunikasi *stimulus-response* dan teori-teori komunikasi lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang sama. Selain itu, temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya guna mendalami variabel jaminan (*assurance*) dalam kualitas pelayanan dan identitas perusahaan (*corporate*

identity). Kedua variabel tersebut diharapkan dapat didalami oleh peneliti selanjutnya dengan metode penelitian yang berbeda dengan harapan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan tentang fenomena komunikasi yang ada untuk menambah wawasan.

Daftar Pustaka

- Arindita, Aloysius Reza. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT. Wina Wira Usaha*. Jurnal. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Azwar, Saifuddin. 2016. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Penerbit PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Febriani, Fanny & Andri, Seno. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru)*. Jurnal. Universitas Riau.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Penerbit PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rajagukguk, Resti Julia & Kasmiruddin. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Bengkel (Kasus PT. Mewah Kencana Motor Pekanbaru)*. Jurnal. Universitas Riau.
- Saleh, Akh. Muwafik. 2010. *Public Service Communication*. Penerbit UMM Press, Malang.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Penerbit Pustaka Setia, Bandung.
- Soemirat, Soleh, Ardianto, Elvinaro. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

WEBSITE

<http://archive.kaskus.co.id/thread/6695011/1>

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=349323&val=6444&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PELAYANAN%20DAN%20CITRA%20PERUSAHAAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20INDUSTRI>

%20JASA%20BENGKEL%20(Kasus%20PT.%20Mewah%20Kencana%20Motor%20Pekanbaru)

<http://e-journal.uajy.ac.id/4326/1/Jurnal%20Sanya.pdf>

<http://kebumennews.com/2016/01/29/1>

[istri-sering-mati-di-kebumen-beginikah-pelayanan-pln/](#)

<http://www.pln.co.id/>

https://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan_Listrik_Negara

<https://www.teledata.co.id/customerca sestudy-1.php>